

Le mandat

Connaissance et analyse du marché

Pour connaître et comprendre le marché mexicain, il faut disposer de données précises et à jour. À l'état brut, toutefois, il est rare que ces données répondent aux besoins des entreprises. C'est pourquoi le Plan d'action met l'accent sur des études de marché qui présentent une information d'utilité générale. Les publications du MAECI consacrées à l'information sur les marchés — la série Export **i** — renferment des analyses succinctes des nouveaux débouchés et des problèmes d'accès aux marchés, ainsi que des profils des clients, des concurrents et des organismes de réglementation. Si les données statistiques aident à décrire l'état du marché l'an dernier, en effet, elles ne révèlent rien quant à l'année qui vient. Export **i** s'efforce donc de présenter une vue réaliste des marchés en voie d'expansion à court et à moyen terme. Le but de ces études est d'orienter les exportateurs canadiens vers les secteurs du marché mexicain qui les intéressent avant qu'ils n'élaborent leurs propres stratégies de pénétration du marché. En mettant à la disposition de ces entreprises une trousse de renseignements généraux constamment mise à jour, on permet aux délégués commerciaux de concentrer toute leur attention sur le renseignement commercial proprement dit et d'offrir aux entreprises des renseignements et avis concrets.

Renseignement commercial

Le renseignement commercial diffère de l'information sur les marchés en ce sens qu'il concerne la position spécifique qu'occupe sur le marché une entreprise ou un produit donné plutôt que de décrire le marché en termes généraux. Il comprend le plus souvent des renseignements confidentiels nécessaires pour élaborer la stratégie de pénétration du marché de l'entreprise. Aussi ces renseignements ne sont-ils pas, de façon générale, diffusés dans l'ensemble du secteur.

Chaque entreprise a des produits et des capacités qui lui sont particuliers, auxquels correspond ou non un créneau sur le marché mexicain. Nos délégués commerciaux peuvent, sur demande, fournir des conseils afin d'aider les entreprises à recueillir leurs propres renseignements commerciaux. Les délégués commerciaux peuvent orienter les exportateurs dans la bonne direction en facilitant les contacts avec les clients, les agents, les partenaires éventuels et les conseillers locaux qui, eux, pourront leur fournir des renseignements plus détaillés sur le marché.

Accès au marché

Il arrive parfois qu'une concordance parfaite entre un produit ou un service canadien et un besoin perçu sur le marché mexicain ne suffise pas à garantir la réussite. Même si les entraves à l'importation ou à l'investissement les plus importantes ont été éliminées ou abaissées en vertu de l'ALENA, certains obstacles demeurent. Le Services délégués commerciaux et les responsables de la politique commerciale doivent faire preuve de vigilance et exercer des pressions constantes pour éliminer les freins à l'entrée sur le marché mexicain de produits et de services particuliers.

Les représentants canadiens au Mexique doivent aussi intervenir pour défendre les intérêts canadiens à l'égard de questions logistiques telles que le passage des marchandises à la frontière américano-mexicaine. À l'heure actuelle, la plupart des produits canadiens franchissent la frontière mexicaine à Laredo, au Texas, et les goulots d'étranglement à cet endroit ont nui à certains exportateurs. Le suivi des problèmes frontaliers n'est que l'une des tâches dont doit s'acquitter le consulat canadien à Monterrey.

Il est essentiel que les entreprises canadiennes et les représentants canadiens au Mexique restent en contact pour veiller à ce que les démarches de ces derniers soient axées sur les problèmes concrets auxquels font face les exportateurs. Les délégués commerciaux sont là pour aider ces derniers à surmonter ces obstacles.

Sensibilisation à la réalité mexicaine

Deux autres obstacles s'opposent à l'accroissement des échanges commerciaux entre le Canada et le Mexique, soit les connaissances insuffisantes des entreprises canadiennes en ce qui concerne les débouchés qu'offre l'économie mexicaine et le manque de familiarité avec la culture du Mexique et la pratique des affaires dans ce pays. Le Service des délégués commerciaux collabore avec les autres membres d'Équipe Canada pour diffuser des renseignements relatifs à ces deux aspects. La base de renseignements sur le Mexique que renferme la série Export **i** est la pièce maîtresse de cet effort. Cette base de renseignements comprend non seulement des données sur le marché mexicain mais aussi des conseils relatifs à toute une gamme de questions concernant le marketing, le financement et la logistique, et accorde une importance toute particulière aux aspects culturels de la pratique des affaires au Mexique. La mise à jour continue de la base de renseignements en est l'un des principaux attraits et le Plan d'action s'efforce également de la faire connaître de façon systématique.

L'autre volet important de la sensibilisation est la préparation à l'exportation. Le MAECI ne dispense pas de formation lui-même, mais il élabore des outils de formation pratique et les met à la disposition des membres d'Équipe Canada ainsi que de certains organismes d'affaires. On trouve les documents suivants au nombre de ces outils :

- Comprendre la dimension culturelle des affaires au Mexique : les clés de la réussite
- Expédier des marchandises au Mexique
- Commercialiser vos services au Mexique : les premières étapes
- Négocier et conclure une entente

Outre ces matériels de formation, la Direction interaméricaine et du Mexique du ministère offre un service de conférenciers et d'autres formes d'aide à la formation.

Promotion des échanges

Les entreprises canadiennes prospères savent que les foires commerciales peuvent accroître le volume d'affaires. Dans le passé, le MAECI a parrainé de nombreuses manifestations de ce genre au Mexique. À mesure que se solidifient les efforts entrepris par le Canada pour promouvoir les échanges avec le Mexique, le rôle du ministère consiste davantage à faciliter la présence aux foires qu'à la parrainer.

Les kiosques d'information du Canada à certaines foires commerciales continueront d'offrir aux entreprises la possibilité d'être représentées à ces manifestations sans y participer à titre d'exposants. Ces kiosques permettent en outre aux délégués commerciaux de recueillir des renseignements sur l'évolution du marché et de trouver des possibilités de concordance entre les produits canadiens et les débouchés mexicains. La principale activité menée dans le cadre du Plan d'action à l'avenir sera toutefois l'organisation de missions commerciales d'acheteurs mexicains éventuels au Canada.

On planifie chaque année des activités de promotion des échanges dans le cadre du processus de consultation prévu par la Stratégie canadienne pour le commerce international (SCCI). On peut se procurer une copie de la SCCI en s'adressant au Service de renseignements du MAECI (téléphone : 1-800-267-8376 ou 613-944-4000; télécopieur : 613-996-9709). La Direction interaméricaine et du Mexique de la Direction générale de l'Amérique latine et des Antilles tient à jour une liste de toutes ses activités de promotion des échanges bilatéraux avec le Mexique (téléphone : 613-996-5547; télécopieur : 613-996-6142; Internet : <http://www.dfait-maeci.gc.ca>).

Si le Canada jouit d'une excellente réputation auprès des Mexicains, ceux-ci sont moins bien renseignés au sujet de la qualité et du degré de perfectionnement des technologies et des capacités spécifiquement canadiennes. Aussi la